

cross culture branding #2

Design und Markenkommunikation für internationale Märkte

Konferenz im Design Center Stuttgart

29.06.2011

cross culture
branding #2

Nähere Informationen unter
www.design-center.de

design und
markenkommunikation
für internationale
märkte

konferenz
im design center
stuttgart

termin
29/06/2011

Haus der Wirtschaft
Stuttgart

Die Experten/innen

Lutz Büsing
Head of Product Design
Ingenhoven
Architects, Düsseldorf

Tanja Burmeister
Trend Consultant Global Color
Research, London

Nadine Chahine
Branding & CI Manager
Linotype GmbH, Bad Homburg

Christian Hanke
Design Director
Edenspiekermann,
Berlin / Stuttgart

Daniel J. Hanke
Director & Partner Klenk &
Hoursch AG / Corporate
Communications,
Frankfurt am Main

Christoph Daniel Jia
Linya International Ltd.,
Shanghai

Uli Mayer-Johanssen
Vorstand und Mitgesellschaf-
terin MetaDesign AG, Berlin

Frederick Rickmann
CEO, Design Director DN Aps,
Denmark & Taiwan

Dietmar Turocha
Vice President Brand
Management BSH Bosch und
Siemens Hausgeräte GmbH,
München

Anton Zimmermann
Phocos AG, Ulm

Kompetenzen für den Weltmarkt

Der Erfolg von kleinen wie großen Unternehmen vieler Branchen hängt heute maßgeblich von Markenführung und Gestaltung von Produkten und Kommunikation für internationale Märkte ab. Deutsche Marken und deutsches Design haben weltweit ein überdurchschnittlich gutes Renommee, stehen für hohe Qualität, Langlebigkeit und eine dauerhaft gültige, moderne Formensprache. Dennoch erfordern kulturelle Unterschiede im internationalen Kontext Modifikationen bei der Gestaltung vieler Produkte und der Kommunikation von Marken. Nur so können die gewünschte Akzeptanz erreicht, positive Emotionen geweckt und hohe Funktionalität gesichert werden.

Interdisziplinäre und interkulturelle Herausforderungen

Ein Fokus der diesjährigen Konferenz liegt auf dem effizienten Zusammenwirken der beteiligten Disziplinen bei der Entwicklung und Umsetzung internationaler Marktstrategien. Ein weiterer Schwerpunkt beschäftigt sich mit der glaubwürdigen Kommunikation von unternehmerischer Verantwortung.

International erfahrene Praktiker – aus Produktdesign und Markenkommunikation – geben Einblicke in den Alltag des interkulturellen Agenturgeschäfts.

Zielgruppen

Eine Konferenz für Unternehmer, Fachleute und Nachwuchskräfte aus Marketing, Vertrieb, Markenkommunikation, Design Management, Produktdesign, Entwicklung.

Panels

Als Vermittler zwischen den kulturellen Welten geben Experten für spezifische Märkte in parallelen Panels Impulsreferate und stehen als Gesprächspartner zur Verfügung. In diesen Arbeitsgruppen können die Konferenzteilnehmer im direkten Austausch mit Fachleuten Informationen aus erster Hand für ihre Arbeit gewinnen.

Veranstaltungsort
 Design Center Stuttgart
 Regierungspräsidium
 Stuttgart
 Haus der Wirtschaft
 Willi-Bleicher-Straße 19
 70174 Stuttgart
 www.design-center.de

Anfahrt und Parken
U9, U14
 Friedrichsbau

S1-6
 Stadtmitte

Parkplatz
 Theodor-Heuss-Straße
 Einfahrt Kienestrasse

Parkhaus
 Hofdiener-Garage
 Einfahrt Schellingstraße

Programm

ab 09.00 Uhr	Registrierung, König Karl Halle
10.00 Uhr	Begrüßung N.N. Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg Johannes Schmalz Präsident des Regierungspräsidiums Stuttgart Christiane Nicolaus Design Center Stuttgart
10.20-11.00 Uhr	Kochtopf – Wok – Barbecue Herausforderungen für internationales Hausgeräte-Marketing Dietmar Turocha Vice President Brand Management BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, München
11.00-11.30 Uhr	Kaffeepause
11.30-12.30 Uhr	Marken, Identität und Kommunikation Marken in neuen Märkten – mittels Identität Grenzen erfolgreich überwinden Uli Mayer-Johanssen Vorstand und Mitgesellschafterin MetaDesign AG, Berlin Engaging with the Middle East Brand consistency across different scripts and cultures Nadine Chahine Branding & CI Manager, Arabic Specialist, Linotype GmbH, Bad Homburg
12.30-13.30 Uhr	Mittagsbuffet
13.30-15.00 Uhr	Designstrategien, Produktentwicklung und neue Märkte Global design strategies Working as an transcontinental agency for international clients Frederick Rickmann Ceo, Design Director DN Aps, Denmark & Taiwan Erfolgsparameter in der Produktentwicklung für die internationale Bauindustrie Lutz Büsing Head of Product Design Ingenhoven Architects, Düsseldorf Markenprodukte für die »Base of the Pyramid« in Entwicklungsländern Anton Zimmermann Phocos AG, Ulm
15.00-16.30 Uhr	Panels: Märkte, Methoden, Kommunikation Panel A Chinese Trends & German Brands Profilschärfung deutscher Marken als Umweg: Betrachtung gesellschaftlicher Entwicklungen, Bedürfnisse und Sehnsüchte in China. Welche Markenattribute können zukünftig und nachhaltig von Wert sein? Christoph Daniel Jia Linya International Ltd., Shanghai Panel B Farb- und Materialtrends im globalen Kontext Wie funktioniert Trendforschung für internatio- nale Märkte mit regionalen Unterschieden? Wie lassen sich Trendanalysen in die Produkt- und Kommunikationsentwicklung implemen- tieren? Best-Practice Beispiele und Ausblicke auf die Sommersaison 2012. Tanja Burmeister Trend Consultant Global Color Research, London Panel C »Public is the New Private« – transparente, transnationale Unternehmenskommunikation Internationale Markenführung in lokalen Märkten. Welche Rolle spielt der Erfolgsfaktor Transparenz in Deutschland, Brasilien, China, Südafrika? Wie gelingt interkulturelle Unter-

nehmenskommunikation? Fragen und Antworten
 aus Theorie und Praxis von Design und
 Kommunikation. Mit Best Cases u.a. von Bosch,
 Coca-Cola, Otto Bock.
Christian Hanke
 Design Director Edenspiekermann, Berlin/
 Stuttgart
Daniel J. Hanke
 Director & Partner Klenk & Hoursch AG/
 Corporate Communications, Frankfurt a.M.

16.30 Uhr **Abschlussplenum**
 König Karl Halle

Teilnahme

Teilnahme und Anmeldung Teilnahmegebühr inklusiv Konferenzunterlagen,
 Mittagsbüffet und Pausengetränken:
 80 Euro / Studierende 40 Euro (jeweils mehr-
 wertsteuerfrei).
 Bankverbindung Ihre Teilnahme bestätigen Sie verbindlich mit
 Ihrer Überweisung der Teilnahmegebühr unter
 dem Stichwort »ccb #2« auf das
Konto 873 800 608 bei der Postbank Frankfurt,
BLZ 500 100 60, Inhaber: Laubstein.
 Sie erhalten einen Zahlungsbeleg auf der
 Veranstaltung.
 Bearbeitungsgebühren bei Stornierung ab dem
 22. Juni 50 %. Bei Nichterscheinen bzw.
 Absage ab 27. Juni werden die vollen Teilnahme-
 gebühren berechnet.

Kontakt Iris Laubstein
 laubstein design management, Köln
 Telefon: +49(0)221 447 01 00
 post@laubstein-design-management.de

Antwort-Fax **+49 (0)711 123-27 71**

Anmeldung **Konferenz cross culture branding #2**
29. Juni 2011 Stuttgart

Name _____
 Vorname _____
 Firma _____
 Straße _____
 PLZ, Ort _____
 Telefon _____
 Fax _____
 Email _____

Ich überweise 80 Euro Teilnahmegebühr.

Ich studiere und überweise 40 Euro Teilnahmegebühr.

Ich bin **nicht** einverstanden, dass mein Name, Ort und Firma in der Teilnehmerliste der Konferenz erscheint.

Anmeldung Panel **Ich melde mich für folgendes Panel an**

Panel A Chinesische Trends and German Brands / Christoph Daniel Jia

Panel B Farb- und Materialtrends/Tanja Burmeister

Panel C Transparente Unternehmenskommunikation / Christian Hanke und Daniel J. Hanke

 Datum / Unterschrift